

**JOSÉ VICENTE DOS SANTOS, JEAN-MARTIN  
RABOT & MOISÉS DE LEMOS MARTINS**

vicentecodacoda@gmail.com; jmrabot@ics.uminho.pt; moiseslmartins@gmail.com

**Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade  
(CECS), Universidade do Minho, Portugal**

## **CAFÉ CULTURAL/RESIDÊNCIAS ARTÍSTICAS**

### **RESUMO**

O presente trabalho resulta de uma investigação sobre o projeto de residências artísticas desenvolvido em parceria com a Câmara de Celorico de Basto e Fafe, intitulado “Café Cultural Residências Artísticas”, um polo de estímulos a pesquisas, intercâmbio e interação social entre artistas e público. Esse projeto propõe ao artista refletir sobre essa relação de reciprocidade, no seu processo de criação, através dos murais, do teatro, da música, ensino e aprendizagem. O trabalho discute também a importância das residências artísticas para as intervenções nas cidades por meio da arte urbana com ênfase no graffiti. Uma atenção particular é dada ao processo de comunicação através da arte assim como aos meios de comunicação social, com ênfase nas novas tecnologias de comunicação e nas suas transformações sociais. A sinergia artística é outro ponto a ser analisado desde a sua primeira e única residência artística na vila de Celorico de Basto até às residências na cidade de Fafe, que perduram há quatro anos. Assim, analisar-se-ão as transformações dos espaços urbanos dessas referidas cidades por decorrência das intervenções urbanas, as trocas de conhecimentos e as negociações sociais/estéticas que permearam todo esse processo de trabalho. A necessidade de repensar o processo de ensino das artes com ênfase dos workshops artísticos, a importância do acolhimento de diversos artistas que desenvolvem diferentes linguagens com o objetivo de estimular uma troca de conhecimentos entre o artista e público local, serão também objeto de análise deste trabalho. A importância da sinergia artística e o processo de evolução da arte urbana como agregadora de valores artísticos, a evolução do graffiti enquanto obra de arte, as realidades e os conceitos de criação artística, do ser artista na sociedade atual, o processo de resiliência e de comunicação entre artista e curadoria nos processos de criação constituirão assim o foco da presente investigação.

## PALAVRAS-CHAVE

arte urbana; comunicação; residências artísticas

---

## INTRODUÇÃO

Segundo Azevedo (2007), o mundo da arte é concreto e vivo, podendo ser observado, compreendido e apreciado. O autor ainda afirma que através da experiência artística o ser humano desenvolve sua imaginação e criação aprendendo a conviver com seus semelhantes, respeitando as diferenças e sabendo modificar sua realidade (Azevedo, 2007, p. 5). No entanto, a indústria cultural, além de ter contribuído, em um longínquo passado, para que as grandes massas tivessem acesso às artes e para que os artistas se desenvolvessem profissionalmente (*shows business*), esta mesma indústria, depois de décadas, na maioria dos casos, impõe uma arte direcionada para as massas, que contradiz qualquer conceito coerente relacionado à arte. O objetivo do presente trabalho é o de mostrar que existem formas de democratização e popularização da arte, nas suas diferentes vertentes, tais como os espetáculos de rua e o teatro, as pinturas murais e os graffiti, a música e o folclore, formas essas que são organizadas e promovidas institucionalmente pelo “Café cultural/residências artísticas”, localizado em Fafe, com o intuito de aproximar o público dos artistas e de promover uma nova dinâmica urbana.

## INDÚSTRIA CULTURAL E CULTURA DE MASSAS

A cultura de massa nada mais é do que uma cultura direcionada para as massas, produzida pela indústria cultural. Diferentemente da cultura popular, proveniente das massas, a exemplo do folclore, do samba, do frevo e outros seguimentos artísticos, essa indústria cultural omite as manifestações populares; ou quando não, apresenta-as como coisa exótica, com a intenção de deixá-las isolados em suas comunidades.

O que é popular para a indústria cultural é algo apenas visto na lógica de mercado, produzido e massivamente divulgado, para ser consumido até à exaustão e, por conseguinte, descartado, para se criar um outro produto, que faça novamente parte desse círculo vicioso:

o popular é visto pela mídia através da lógica do mercado, e cultura popular para os comunicólogos não é o

resultado das diferenças entre locais, mas da ação difusora e integradora da indústria cultural. O popular é, dessa forma o que vende, o que agrada multidões e não o que é criado pelo povo. O que importa é o popular enquanto popularidade. Além disso, para o mercado e para a mídia o popular não interessa como tradição, ou seja, como algo que perdura. (Catenacci, 2001, p. 32)

No entanto, a indústria cultural não só fabrica novos modismos artísticos, mas também “bebe” da fonte de manifestações populares, como o hip hop, o forró, o funk que, por muitas vezes, distorce. Distantes de temas que tratam das dificuldades de comunidades carentes, o forró passa a ter o nome de forró universitário, forró eletrônico com temas e arranjos simplistas e andamentos completamente diferentes deste referido gênero nordestino, brasileiro. O mesmo acontece com o funk carioca, completamente diferente do funk americano, onde não existe nada em comum entre os dois estilos: desde a sua batida rítmica, retirada de outro estilo chamado “miami bass”, um subgênero do electro, com arranjos de batidas repetitivas e letras de baixo calão, com palavrões e sexualidade explícita.

A indústria cultural, através da cultura de massa, não tem interesse em incentivar nas pessoas o pensamento crítico, referente a criatividades artísticas e tão pouco uma reflexão mais ampla sobre a cultura que o rodeia:

a indústria cultural impõe gostos e preferências às massas, modelando suas consciências ao introduzir o desejo de necessidades supérfluas. Ela é tão eficaz nessa tarefa que os indivíduos não percebem o que ocorre, impedindo, assim, a formação, de pessoas capazes de julgar e de decidir conscientemente. Fenômeno similar ocorre na música popular produzida pela indústria cultural. O processo de padronização torna as canções parecidas umas às outras e reprime qualquer tipo de desafio, autenticidade ou estímulo intelectual na música elaborada para a venda. (Adrian, 2011, p. 3)

A industrialização da arte não deve ser criticada em toda a sua existência, mas questionada da forma que a mesma costuma ser usada. O artista que nela não se enquadra estará excluído da possibilidade de conquistar o grande público:

se a arte sobrevive a conformidade política, ela será pega na conformidade do mercado de arte, que é executado pela economia capitalista e procura o menor denominador comum para maximizar retornos, adotando o kitsch para “agradar à confusão que reina no ‘gosto’ de seus clientes”. (Sampaio, 2012, p. 11)

Decerto que nenhuma arte nasce pura, sem nenhuma influência ou até mesmo sem um certo grau de imitação. O equilíbrio entre o estilo e a imitação é o caminho para que o artista possa desenvolver a sua identidade artística. No entanto, o desenvolvimento do próprio estilo, é desprezado por esse mercado:

a maneira seria assim o elo pessoal entre a imitação simples e o estilo. Quanto mais o sujeito for capaz de “ligar ambos (imitação e estilo) por meio de uma individualidade pura, vivaz e ativa, tanto mais sua arte se tornará elevada, maior e respeitosa. (Petraglia, 2013, p. 2)

Nesse especto artístico, existem dois públicos: O público dependente dos *media* e o público muito menor, independente deste grande sistema de comunicação.

É importante salientar que a própria arte, em si, é um veículo de comunicação por demais importante e que penetra no imaginário das pessoas. E, por esse fato, é incontestável a sua contribuição no que se refere à formação das culturas e na idealização do consumo:

é categórico em dizer que “o consumo é o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos”. Diante dessa sociedade consumista, percebe-se que a necessidade de criar novos produtos advém da busca constante pela socialização e dos significados que os produtos têm no âmbito sócio-cultural. (Canclini, 1997, p. 53)

No entanto, quando esta “arte” está ligada aos *media*, a mesma perde toda a sua autenticidade por não possuir em seu cerne a essência de um valor criativo, por estar atrelada somente aos interesses comerciais, fazendo da mesma apenas um objeto de consumo utilizado por um veículo de comunicação de viés cultural inefcaz em termos de elevação intelectual, por não acrescentar nada além do óbvio criativo.

É a partir dos anos 60 que a reabilitação da cultura de massas e, por conseguinte, das novas tecnologias da informação, começa a tornar-se o *leitmotiv* (motivo condutor), das novas classes médias um pouco por todo o mundo. Traduz-se, na prática, por uma espécie de “contracultura” que se opõe à “cultura burguesa”. A noção de “cultura de massas” conheceu um grande sucesso nessa década, devido, em parte, à sua imprecisão semântica e à associação paradoxal dos termos “cultura” e “massa”. Esta indefinição prende-se com o facto de o termo “massa” remeter ora para o conjunto da população, ora para a sua componente popular.

Neste último caso, Denys Cuche chega mesmo a evocar aquilo que alguns denunciaram como o “embrutecimento” das massas, e alerta para o erro de se confundir “cultura *para* as massas” e “cultura *das* massas”:

não é pelo facto de uma massa de indivíduos receber a mesma mensagem que essa massa passa a constituir um conjunto homogéneo. É evidente que há uma certa uniformização da mensagem mediática, mas isso não autoriza a que delas deduzamos a uniformização da recepção da mensagem. Por outro lado, é falso pensar que os meios populares seriam os mais vulneráveis à mensagem dos meios de comunicação de massa. Há estudos sociológicos que mostram que a penetração da comunicação mediática é mais profunda nas classes médias do que nas classes populares. (Cuche, 1999, pp.158-159)

Muitos artistas ligados aos *media* geralmente se encontram condicionados a um sistema de comunicação massificador de grandes investimentos, onde se faz necessário alienar para lucrar:

os artistas precisam transgredir a convenção e ao mesmo tempo, precisa dela como referência, para uma relação de comunicação entre o criador e o objecto de inspiração do mundo real. Por um lado, portanto, não fugir da convenção é mediocridade (a criação jamais está na convenção); por outro, abdicar da convenção é impossível, dada a condicionalidade da comunicação. (Feil, 2013, p. 49)

Tratando-se de arte, os *media* limitam-se (em muitos casos) a divulgar somente o que lhes é proposto de forma financeiramente negociável e, nesse caso, essa indústria propõe, não necessariamente o que pode ser benéfico para a contribuição cultural das pessoas, e sim o que pode ser vendido como produto, não se preocupando, na maioria das vezes, com a qualidade artística. Decerto que o simples fato de um artista fazer parte do *underground*, não lhe confere, somente por esse facto, a garantia de produzir uma arte de qualidade relevante, adequada ao público que ele pretende atingir, através da comunicação artística. A qualidade do artista não está necessariamente ligada à sua posição de estrelato ou não.

Alguns artistas, mesmo se tivessem o apoio dos *media*, não emplacariam, permanecendo no *underground* do mercado, ligados a nichos, por terem uma obra de formato anticonvencional para o grande público. E muitos fazem sucesso, com o apoio dos grandes *media*, por atender muito bem aos interesses da grande massa, por sua vez já convertida anteriormente

pela indústria cultural, apresentando um trabalho de formato moldado ao gosto e ao entendimento do grande público. Mas há também artistas talentosos e inovadores que fazem sucesso com o apoio de grandes *media*, permanecendo décadas e décadas em evidência. No entanto, esses artistas pertencem a um grupo cada vez menor.

Todos esses pontos explicam que não há uma receita para o sucesso e sim uma maior probabilidade de sucesso quando o artista tem o apoio dos grandes *media*.

É legítimo salientar, que existe um grande equívoco em atrelar todos os problemas da indústria cultural ao capitalismo, como se este sistema econômico fosse único causador dos diversos dilemas ligados a essa indústria. É simplesmente uma visão cômoda. O grande problema está em quem absorve tudo que a indústria oferece, sem parar para analisar, sem condições de discernir muito bem entre o que precisa e o que não precisa, distante do nexo real e mais próximo do nexo imaginário. A indústria cultural está a serviço de quem deseja os seus produtos. O tipo de cultura que ela oferece, no entanto, a mesma, apesar de massificar, não obriga a ninguém consumir:

aquilo que tem nexo causal com a satisfação de nossas necessidades humanas pode ser denominado *utilidade*, podendo ser definido como *bem* na medida em que reconhecemos o nexo causal e temos a possibilidade e capacidade de utilizar tal coisa para, efetivamente, satisfazer tais finalidades. Menger diferencia bens reais e imaginários, e a qualidade destes últimos é derivada de propriedades imaginárias. “Quanto mais elevada for a cultura de um povo”, expõe, “e quanto mais profundamente os homens investigarem a sua própria natureza, tanto menor será o número de bens imaginários.” A condição para a coisa ser um bem é haver nexo causal entre a coisa e o atendimento da necessidade humana. O nexo pode ser direto ou indireto, imediato ou futuro. (Constantino, 2009, p.17)

Apesar das produções culturais, muitas vezes questionáveis da indústria cultural capitalista, este sistema econômico tenta produzir primeiramente no indivíduo a sedução, o desejo de adquirir os serviços e produtos por ele oferecidos, baseando-se no nexo real, o da utilidade, ou no nexo imaginário que cada um possui. E quanto maior o nível cultural do indivíduo, haverá nele a possibilidade de discernimento de escolha entre o que realmente é útil (nexo real) ou apenas imaginário: “o valor que os bens possuem para cada indivíduo constitui a base mais importante para a determinação do preço” (Menger, 1988, citado em Constantino, 2009, p. 17).

Decerto que a necessidade de procura de um indivíduo pode ser completamente diferente do outro e esse mesmo sistema econômico, o capitalismo, além de agir com o poder da sedução, muitas vezes se antecipa em criar produtos e serviços para convencer o indivíduo de sua necessidade, (nexo real), independente de o mesmo ser útil ou não (nexo imaginário). Os preços e os valores econômicos não são inerentes aos produtos, o mercado é quem os define através da quantidade de procura do indivíduo independente de qualquer que seja o nexo, independente de qualquer um deles acontecerem de forma casual:

o fato de o nexo causal não ter que ser imediato é relevante. Se a demanda por fumo desaparecesse por conta de uma mudança no gosto das pessoas, não apenas os estoques de fumo perderiam sua qualidade de bem, mas todos os demais ingredientes e máquinas utilizadas somente para este fim. No caso, isso ocorre porque todos derivam sua qualidade de bens de seu nexo causal com o atendimento da necessidade humana concreta de consumir fumo. É o conhecimento progressivo do nexo causal das coisas com o bem-estar humano que leva a humanidade do estágio primitivo e de miséria extrema para ao desenvolvimento e riqueza. (Constantino, 2009, p.18)

Cabe ao ser humano, na medida do possível, refletir sobre os objetos que utiliza para atender às suas necessidades. Mas para que esta situação possa acontecer, faz-se necessário o mesmo desfazer-se de amarras, sair das diversas “cavernas” existentes no mundo contemporâneo. Não só possuir a serenidade sobre os objetos tecnológicos, mas sobre a sua postura diante do mundo entre o valor imaginário e o real sabendo dizer “sim” e “não”:

podemos dizer “sim” à utilização inevitável dos objectos técnicos e podemos dizer “não”, impedindo que nos absorvam e, desse modo, verguem, confundam e, por fim, esgotem a nossa natureza. (Heidegger, 2000, p. 23)

Na sociedade atual, é muito comum encontrar diversas manifestações artísticas nos espaços urbanos. Esculturas, painéis de azulejos, prédios arquitetônicos e murais são exemplos do que podemos ver no dia-a-dia, a qualquer hora, sem precisar pagar nada por isso. A força dos *media* como principal fonte de formação social tornou-se determinante para a vida global, já que serve de instrumento de promoção da cultura consumista, o que implica a promoção de produtos e serviços. Segundo Fonseca (2007,

p. 3): “com efeito, as médias em geral apresentam-se como um médium por excelência da sociedade capitalista, logo limitados a sua condição de técnicos da estética globalizada, e servem os interesses do patronato e de determinadas corporações”.

### O PROJETO “CAFÉ CULTURAL/RESIDÊNCIAS ARTÍSTICAS”: UMA NOVA ÉTICA DA ESTÉTICA

Diante deste cenário contemporâneo, as residências artísticas vêm desenvolvendo um papel de muita importância, tanto para o artista como para o público em geral. As residências estão como uma alternativa independente do *establishment*, dos *showbusiness*, propondo ao artista uma pausa na rotina local e na sua zona de conforto criativa. Elas contribuem para a diminuição do preconceito do público face ao artista, que não é beneficiado pelos grandes *media*, principalmente, o artista urbano. Possibilitam, por isso, ao público um “novo olhar”, no que se refere a um produto artístico genuíno. As residências são fruto de um trabalho, onde o criador se dispôs a sair da zona de conforto e a vivenciar novas experimentações.

As residências artísticas são instituições que têm, na atualidade, um importante papel, tanto na área social, como cultural, em apoiar projetos artísticos, e de levar ao público o contato direto com o artista, não somente para apreciação das suas obras, mas possibilitando relações de ensino e aprendizagem, trocas de informações e assim a construção de um público pensante:

a residência artística destaca-se, na atualidade, como uma instituição de relevante papel para o apoio, fomento e desenvolvimento das práticas artísticas contemporâneas, e pode-se identificar a sua proliferação em todas as partes do mundo, a partir da década de 1990, como um fenômeno a ser estudado sob diferentes perspectivas relativas ao processo de produção. (Moraes, 2009, p. 19)

É de extrema importância, atualmente, a existência de diversas residências artísticas em toda a parte do mundo. Elas são meios alternativos, de desenvolvimentos culturais e artísticos, para o artista e para sociedade, num momento crucial da nossa contemporaneidade. A residência artística destaca-se, na atualidade, como uma instituição de relevante papel para o apoio, fomento e desenvolvimento das práticas artísticas contemporâneas, e pode-se identificar a sua proliferação em todas as partes do mundo, a partir da década de 1990, como um fenômeno a ser estudado sob diferentes



perspetivas relativas ao processo de produção (Moraes, 2009, p. 19). O deslocamento do artista provocado pelas residências artísticas, o estar em outros ambientes, o conhecer de novos conceitos, fazem das residências artísticas instrumentos de experiências transformadoras.

O projeto “Café cultural/residências artísticas” localizado em Fafe, Portugal, objetiva suscitar o interesse da comunidade local pelo desenvolvimento das suas zonas urbanas, procurando despertar nela a construção de um senso crítico em matéria artística e envolvê-la no processo criativo, possibilitar o conhecimento através do contato direto com o criador (artista), proveniente de diferentes linguagens artísticas.

Para atingir esse objetivo, o projeto “Café cultural/residências artísticas”, através de workshops, palestras, visa estimular uma troca de múltiplos conhecimentos, tendo em vista, que o público presente nesses workshops é dos mais diversos grupos sociais, idades e nível intelectual. Os workshops acontecem nas Cooperativas de educação e reabilitação para cidadãos mais incluídos (Cerci), universidades, escolas secundárias, escolas de músicas, escolas profissionais, sedes de juntas de freguesias e centros culturais. Assim, o projeto segue possibilitando uma troca de conhecimentos múltiplos no contributo para a descentralização do conhecimento artístico, independente de classes sociais e níveis de escolaridade. Além da prática, o artista residente discute vários pontos relacionados com a criação artística, técnicas e as suas próprias experiências, métodos e processos de criação (Figura 1).



Figura 1: Workshop ministrado pela artista residente Tereza Robalo (Portugal), Junta da Freguesia Arões Stª Cristina Fafe, 2017  
Créditos: Vicente Coda

“Café cultural/residências artísticas” é um projeto de intervenção, não somente em termos de ocupação artística na área urbana, mas também de intervenção progressiva, no que se refere ao entendimento das pessoas referentes às artes. Trata-se de uma comunicação através da linguagem artística e da arte-educação, estimulando nas pessoas o interesse pelo processo de criação e consequentemente, um melhor senso crítico como melhoria de qualidade de vida. Os resultados estão a ser tão positivos que este projeto estava previsto para acontecer em apenas um ano com três residências e já acontece há três anos com quatro etapas. Março, junho, julho e setembro com confirmação para a quarta em 2020.

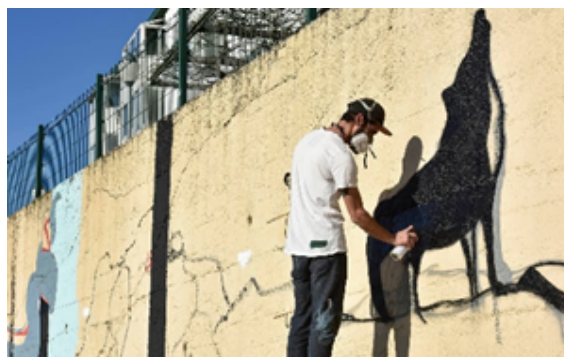


Figura 2: Artista Pedro Loureiro no processo de criação. Praça da Comunidade/Fafe, 2017  
Créditos: Vicente Coda



Figura 3: Mural pintado pelo artista Pedro Loureiro (Portugal), Praça da Comunidade/Fafe, 2017  
Créditos: Fábio Leite

Na área do graffiti (Figuras 2 e 3), podemos destacar alguns resultados muito favoráveis. Primeiro, o despertar no público local um maior interesse pela arte urbana através dos trabalhos de graffiti realizados nos murais, a diminuição do preconceito a respeito dessa linguagem artística, onde era comum confundir graffiti com pixação. O segundo ponto é o estímulo às artes visuais que este projeto vem despertando aos jovens da cidade, através de workshops; e o terceiro foi a recuperação de algumas áreas que não eram tão frequentadas pelos moradores e, que passaram a ser locais de convívio social, tornando-se ponto turístico da cidade.

Outro ponto positivo é a seleção feita através de edital de candidatura e convites, uma seleção feita com o objetivo de oferecer para a cidade artistas talentosos e experientes, independente de serem famosos ou não. E, outro ponto importante, é a aproximação do artista e público, que se dá através dos workshops, e informações através de entrevistas com os artistas feitas por jornais e emissora de televisão locais, emissora que tem uma página nas redes sociais e um canal no YouTube. O projeto “Café cultural/residências artísticas” conta também com uma página no Facebook, um canal chamado “Graffitar” no YouTube e uma página no Instagram.

### **O PROJETO “CAFÉ CULTURAL/RESIDÊNCIAS ARTÍSTICAS” E AS LINGUAGENS DA ARTE URBANA**

A relação do projeto “Café cultural/residências artísticas” com a comunicação sustenta-se em quatro pilares: convivência dos artistas residentes com os artistas convidados, com a cidade acolhedora e com a curadoria (sinergia artística e intercâmbio); trabalho de sinergia artística entre os artistas ligados direta e indiretamente ao projeto; eventos artísticos apresentados em espaços públicos e em workshops ministrados pelos artistas residentes em diversas instituições, tanto nas cidades acolhedoras, como nas freguesias e em outras cidades do país, como o Porto (Reitoria da Universidade do Porto – música) e Braga (CerciBraga – graffiti), onde já houveram workshops realizados pelo projeto (Figura 4).



Figura 4: Workshop de música brasileira na Reitoria da Universidade do Porto, 2017 (artista Saulo Ferreira)  
Créditos: Vicente Coda

A sinergia artística desenvolvida no projeto “Café cultural/residências artísticas” possibilita o exercício da criatividade do artista. O artista residente é acolhido sem nenhum projeto (com exceção do artista do graffiti). O mesmo desenvolve o produto artístico sob a direção da curadoria, com data marcada para a sua apresentação. O objetivo da sinergia artística é possibilitar ao artista residente novos desafios em trabalhar com novos temas, parceiros e estilos, possibilitando o mesmo a sair da zona de conforto criativa (Figuras 5 a 8).



Figura 5: Sinergia artística – artistas residentes com artistas moradores da cidade/Fafe/2017  
Créditos: Vicente Coda



Figura 6: Sinergia artística – artistas residentes com artistas moradores da cidade/Fafe/2017  
Créditos: Vicente Coda

O projeto “Café cultural/residências artísticas” oferece ao público um produto artístico finalizado, como exposições, apresentação teatral, artes visuais, música, literatura e apresentação de obras literárias, folclores, murais, etc., resultado do trabalho de sinergia desenvolvido pela fusão dos artistas residentes e locais, numa junção de diversas linguagens da arte, uma das diversas formas de comunicação.



Figura 7: Sinergias artísticas – monólogo “O Pêndulo”, interpretado pelo ator Rui Rodriguês (artista morador da cidade de Fafe) com a participação dos músicos residentes Inês Lapa e Guilherme Lapa, 2017, e texto e direção de Vicente Coda  
Créditos: Vicente Coda



Figura 8: Sinergias artísticas – Saulo Ferreira e Alisson Coutto, (artistas residentes) em participação na Noite Branca com artistas moradores da cidade de Fafe, 2017  
Créditos: Vicente Coda

Os workshops (Figura 9) ministrados pelos artistas residentes em diversas instituições possibilitam que o indivíduo leigo em pintura na área do graffiti ou em outra linguagem artística, obtenha uma aproximação mais estreita com o criador (artista) e a sua obra. E oferecem ao próprio artista a possibilidade de contribuir para um melhor entendimento das pessoas a respeito do fazer artístico e a comunicação direta entre artistas e público, sem interferência dos grandes *media*, através de experimentos. Estes workshops, ministrados através do projeto “Café cultural/residências artísticas”, não só contribuem para a diminuição do preconceito ainda existente quando relacionado ao graffiti, como também contribuem para um melhor entendimento e respeito face à arte em geral.



Figura 9: Workshop de graffiti na Cercifaf com artista residente Cadumen, Fornelo/Fafe, 2017  
Créditos: Vicente Coda



Figura 10: Workshop de graffiti na Cercifaf com artista residente  
Cadumen, Fornelo/Fafe, 2017  
Créditos: Vicente Coda

É notório observar que a arte urbana geralmente acontece nos grandes centros, nas cidades mais conectadas com as culturas contemporâneas. Um dos principais motivos é o nível de desenvolvimento cultural resultante de maiores investimentos nessa área e o grande número de habitantes que respondem a essa realidade, transitando em locais onde essas artes são apresentadas. Por outro lado, apesar de ser de natureza mais democrática em termos de acesso, a arte do graffiti tem mais dificuldades de se mostrar do que as demais linguagens artísticas, justamente por disputar espaços com os anúncios através de placas e letreiros espalhados nas grandes cidades. Muitas vezes o artista se vê forçado a produzir em lugares com pouca circulação de pessoas, em edificações abandonadas e terrenos baldios. De certo que os anúncios publicitários atendem às necessidades da população contemporânea que vive em espaços urbanos, em sua maioria, designados ao marketing e a propaganda. Mas é notório observar que este formato de poluição visual nas cidades, ao mesmo tempo que atende às necessidades da população, torna-se exagerado por causar uma poluição visual, onde esconde fachadas de prédios históricos e o impedimento de novos trabalhos artísticos na área da pintura:

as cidades modernas passaram, portanto, por diversas transformações que, consecutivamente, corroboram em mudanças significativas no espaço urbano e influenciam diretamente a vida cotidiana de cada um que habita a cidade. A composição visual das cidades retrata as relações



existentes entre os sujeitos e o ambiente em que vivem, ambiente este que, aos poucos, passa a se tornar um espaço apropriado pelo marketing e pela propaganda. Áreas públicas são privatizadas a fim de promoverem a mercantilização da vida. Dessa forma, as expressões artísticas que são desvinculadas do interesse comercial não encontram formas de divulgação e reconhecimento, sendo, cada vez mais, ignoradas pela mídia e acabam se tornando desvalorizadas. Diante desta ausência de possibilidades para que possam imergir, essas formas de manifestações artísticas e populares utilizam as ruas como espaço para se expressarem. (Ferreira & Kopanakis 2015, p. 80)

Algumas linguagens artísticas como equilibrismo, mágica e mímica são apresentadas nas ruas, avenidas, enquanto os sinais estão fechados, outras nas praças como teatro, dança e música. E o graffiti é outra linguagem que não está fora dessa estratégia de se mostrar ao público. No entanto, o projeto “Café cultural/residências artísticas” preferiu não acontecer, no seu primeiro momento, em nenhuma metrópole e sim em Fafe, com o objetivo de descentralizar no país o conhecimento artístico através da arte urbana contemporânea, intervindo cuidadosamente na estética da cidade. No entanto, as peças teatrais apresentadas no projeto “Café cultural/residências artísticas” (Figura 11) aconteceram em auditórios por causa da estrutura, sendo que as entradas são gratuitas.



Figura 11: Cartaz do monólogo “Batatas fritas em óleo quente” com a artista residente Giuliana Maria (Brasil), 2018, Fafe (texto e direção: Vicente Coda)

Fonte: Arquivo Giuliana Maria



## O GRAFFITI COMO FORMA DE SOCIALIZAÇÃO

Em parceria com um órgão oficial, a Câmara de Fafe, foi possível criar um espaço propício para a realização de um complexo artístico, uma galeria de arte a céu aberto no coração da cidade sem a concorrência desleal de placas, faixas de anúncios comerciais. A galeria a céu aberto no Parque da Cidade (Figuras 12-21) é um local criado para o lazer e convívio da população, ideal para a realização dos trabalhos de graffiti, onde a população tem a condição de refletir diante de cada obra ali apresentada.

E assim, o projeto “Café cultural/residências artísticas”, através do graffiti, tornou-se um projeto precursor da arte urbana na região do Minho, na cidade de Fafe, com quase quinhentos metros de murais pintados por diversos artistas de renome internacional, de diversas nacionalidades, criando uma galeria a céu aberto no parque da cidade com acompanhamento de curadoria, tornando a cidade de Fafe a capital do graffiti na região do Minho.



Figura 12: Mural antes de pintado pelo artista Otto Schade (Chile)  
na galeria de arte a céu aberto, Parque da Cidade, Fafe, 2017  
Créditos: Eulália Almeida



Figura 13: Mural depois de pintado pelo artista Otto Schade (Chile)  
na galeria de arte a céu aberto, Parque da Cidade, Fafe, 2017  
Fotos: Vicente Coda

É notório afirmar que o projeto “Café cultural/residências artísticas” se insere num movimento de processo de democratização da arte, através da comunicação de diversas linguagens artísticas, teatro, música, vídeo e principalmente por meio do graffiti. Apesar de o Parque da Cidade sempre ter sido o espaço mais bonito de Fafe, a galeria a céu aberto está sendo produzida em uma parte deste local, que servia apenas como passagem dos pedestres, sem nunca ter sido um local de convivência, contrastando com todos os outros daquela localidade.



Figura 14: Mural antes de pintado pelo artista Artista Muzai (Brasil) na galeria a céu aberto, Parque da Cidade, Fafe, 2017  
Créditos: Vicente Coda



Figura 15: Mural depois de pintado pelo artista Artista Muzai (Brasil) na galeria a céu aberto, Parque da Cidade, Fafe, 2017  
Créditos: Vicente Coda

Atualmente, além de se igualar a todas as partes do Parque da Cidade, no sentido de se tornar mais um espaço de convivência, passou a ser uma atração da cidade e da região do Minho, tanto que já foi capa de um dos jornais mais importante dessa referida região, o *Correio do Minho* de Braga.

Os murais e escadarias, que agora se encontram pintados com diversos temas voltados para a natureza, eram escuros de tanto musgo e lodo. No entanto, as artes urbanas ali realizadas modificaram os aspetos das paredes e escadarias e vêm contribuindo para modificar a consciência da população para melhor: enxergam a cidade com um outro olhar, observam o “renascimento” dos muros pintados, contribuindo para a melhoria daquele ambiente. Melhorar o ambiente é contribuir para o bem-estar de cada um morador ou visitante.



Figura 16: Escadaria antes de pintada pelo artista Spike Spike (México) no Parque da Cidade, Fafe, 2018  
Créditos: Vicente Coda



Figura 17: Escadaria depois de pintada pelo artista Spike Spike (México) no Parque da Cidade, Fafe, 2018  
Créditos: Fábio Leite



Figura 18: Muros antes de serem pintados pelos artistas Clara Leff e Celso Gatuno (Brasil) na galeria a céu aberto, Parque da Cidade, Fafe, 2019  
Créditos: Vicente Coda



Figura 19: Murais pintados pelos artistas Clara Leff e Celso Gatuno (Brasil) na galeria a céu aberto, Parque da Cidade, Fafe, 2019  
Créditos: Vicente Coda



Figura 20: Muros antes de serem pintados pelos artistas Carlos Silva (Brasil) e Hech Uno (México) no Parque da Cidade, Fafe, 2019  
Créditos: Eulália Almeida



Figura 21: Murais pintados pelos artistas Carlos Silva (Brasil) e Hech Uno (México) no Parque da Cidade, Fafe, 2019  
Créditos: Vicente Coda

O projeto “Café cultural/residências artísticas” é um projeto de intervenção sociocultural que desenvolve relacionamento através da comunicação baseada na arte, seja ela apresentada para o público, ou discutida através de workshops (Figura 22) e palestras. Dessa forma, o processo de fomentação artístico se estabelece de forma mais precisa, não se limitando somente às apresentações de espetáculos. O conhecimento sobre qualquer gênero e estilo artístico se dá através de várias formas, cursos, workshops, palestras, livros e contato direto com o artista criador:

a arte é um tipo de conhecimento. Este é um ponto importante. Às vezes as pessoas olham a artes como se fosse algo meio estranho ou distante... mas que a principio seria uma espécie de luxo intelectual. Eu não concordo com isto. Eu acho que a arte é um tipo de conhecimento e todas as formas de conhecimento têm como direção a sobrevivência da espécie humana. Ou seja, nós precisamos conhecer para sobreviver. Ninguém conhece por luxo, esporte ou por distração. As pessoas conhecem porque necessitam. Neste sentido, a arte é necessária e não pode ser encarada como luxo ou algo supérfluo. (Vieira, 2009, p. 12)



Figura 22: O curador e criador do projeto “Café cultural/residências artísticas”, José Vicente dos Santos (Vicente Coda), ministrando um workshop de férias com alunos das escolas galeria a céu aberto, Parque da Cidade, Fafe, 2019  
Créditos: Carlos Silva

O conhecimento é indispensável para qualquer ser humano. E faz-se necessário uma maior atenção sobre o conhecimento que a arte é capaz de proporcionar. A arte, como muitos pensam, não está apenas limitada ao lazer, ao entretenimento, mas sim a um objeto amplo a ser explorado, por quem tiver interesse de conhecimentos. Quando nos envolvemos com arte, dizemos que fazemos isto porque amamos a arte. Nós realmente amamos a arte, mas este ato de amor é um ato de sobrevivência, e isto nunca pode ser esquecido (Vieira, 2009, p. 14).

Todos esses pontos positivos se devem ao poder da arte, que ali se instalou e que se comunica com cada indivíduo que ali passar. A arte, através da linguagem universal do encantamento, da magia, do convite ao diferente, nem que seja por alguns minutos, coloca o indivíduo em um novo mundo, distante da rotina, numa comunicação única entre ele e as diversas possibilidades de imaginar novos horizontes.

## NOTAS FINAIS

O projeto “Café cultural/residências artísticas” tem em seu cerne a mais ampla expressão da democracia artística. A palavra residência, neste projeto, está muito além de um local, edificado por quatro paredes, onde os artistas são acolhidos para desenvolver as suas atividades. As palavras

“residências artísticas” se referem à própria cidade na qual o projeto atua. Ou seja, a cidade é residência e nela se encontram os moradores que vivem em diversos cômodos desta “casa”, uma analogia. As criações são realizadas pelos artistas residentes.

O “Café cultural/residências artísticas” faz parte de um pequeno grupo de residências artísticas que fazem da cidade a sua própria residência, negando uma posição elitista de diversas instituições que administram residências artísticas em um recinto fechado para um pequeno grupo privilegiado. Por isso, a razão de o projeto ser realizado em parceria com a Câmara da cidade de Fafe, sendo assim possível democratizar arte e conhecimento para todos.

## AGRADECIMENTOS

Este trabalho é apoiado por fundos nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto UIDB/00736/2020.

## REFERÊNCIAS

- Adrian, N. (2011). *Cultura de massa ou indústria cultural*. Retirado de [https://www.academia.edu/6848281/Cultura\\_de\\_massa\\_ou\\_Industrial\\_Cultural](https://www.academia.edu/6848281/Cultura_de_massa_ou_Industrial_Cultural)
- Azevedo, J. (2007). *Apostila de arte – artes visuais*. São Luís: Imagética Comunicação e Design. Retirado de <https://jucienebertoldo.files.wordpress.com/2013/01/apostila-de-artes-visuais.pdf>
- Canclini, N. G. (1997). *Consumidores e cidadãos; conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: UFRJ.
- Cuche, D. (1999). *A noção de cultura nas Ciências Sociais*. Lisboa: Fim de Século.
- Catenacci, V. (2001). Cultura popular. Entre a tradição e a transformação. *São Paulo em Perspectiva*, 15(2), 28-35. <https://doi.org/10.1590/S0102-88392001000200005>
- Constantino, R. (2009). *Economia do indivíduo: o legado da Escola Austríaca* (1.º Ed.). São Paulo: Instituto Ludwig von Mises Brasil.
- Feil, G. S. (2013). Comunicação: condição ou impossibilidade humana? *Galaxia (São Paulo, Online)*, (26), 48-59. Retirado de <http://www.scielo.br/pdf/gal/v13n26/v13n26a04.pdf>



- Ferreira, M. L. & Kopanakis, A. R. (2015). A cidade e a arte: um espaço de manifestação. *Tempo da Ciência*, 22(44), 79-88.
- Fonseca, R.P.P. (2007). A arte no mercado: seu discurso como utopia – e-topia: *Revista Electrónica de Estudos Sobre Utopia*, 6. Retirado de <http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/3070.pdf>
- Heidegger, M. (2000) *Serenidade*. Lisboa: Ed. Instituto Piaget.
- Moraes, M. J. S. (2009). *Residência artística: Ambiente de formação, criação e difusão*. Tese de Doutoramento, Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil.
- Petraglia, S.M. (2013). Arte como caminho de conhecimento. *Boletim da Sociedade Antroposófica no Brasil*, 71. Retirado de [http://www.marcelopetraglia.com.br/mp\\_tx/tx\\_mp\\_arte-conhecimento.pdf](http://www.marcelopetraglia.com.br/mp_tx/tx_mp_arte-conhecimento.pdf)
- Sampaio, V. F. (2012). *Arte e vida desatando os nós. Estudos e levantamento de relações nas mídias locativas*. São Paulo: ECA/USP. Retirado de <http://www3.eca.usp.br/sites/default/files/webform/projetos/pos-doc/VSF.pdf>
- Vieira, J. A. (2009). Teoria do conhecimento. *Música Hodie*, 9(2), 11-24. Retirado de [https://mestrado.emac.ufg.br/up/270/o/Teoria\\_do\\_conhecimento\\_e\\_arte-Palestra\\_transcrita\\_por\\_S\\_\\_nia\\_Ray.pdf](https://mestrado.emac.ufg.br/up/270/o/Teoria_do_conhecimento_e_arte-Palestra_transcrita_por_S__nia_Ray.pdf)

Citação:

Santos, J. V., Rabot, J. M. & Martins, M. L. (2020). Café cultural/residências artísticas. In Z. Pinto-Coelho; T. Ruão & S. Marinho (Eds.), *Dinâmicas comunicativas e transformações sociais. Atas das VII Jornadas Doutorais em Comunicação & Estudos Culturais* (pp. 94-117). Braga: CECS.